



Universidad de Nariño
FUNDADA EN 1904



Facultad: **CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**
Departamento: **COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO**
Programa: **COMERCIO INTERNACIONAL**
Sede: **IPIALES**
Asignatura: **TEORÍA Y POLÍTICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL**
Código: **10578**
Profesor: **MANUEL IVÁN ORTIZ RAMOS PhD.**
Semestre: **SEGUNDO**

Unidad 1. HISTORIA DE LA POLÍTICA COMERCIAL INTERNACIONAL.

Temática 1. Antecedentes y Conceptos de Teorías y de Política Comercial entre países.

Temática 2. Teorías Preclásicas, Clásicas, Neoclásicas, Modernas y Posmodernas.

Les doy una calurosa bienvenida a mis Estudiantes de Segundo Semestre del Programa de Comercio Internacional de nuestra Universidad de Nariño Sede Ipiales, con los que conformamos los veintiocho (28) Grupos de Trabajo Investigativo-GTI. En este mes de **marzo de 2025** vamos a explicar el **PRIMER TALLER** de esta Asignatura, para que ustedes lo revisen, desarrollen y entreguen hasta el día **JUEVES 27 DE MARZO DE 2025 HASTA LAS 12:00 DE LA NOCHE**.

Vamos a conocer cada una de las **Teorías que fundamentan el Comercio Internacional**, desde sus inicios cuando el mundo económico reconoció al Mercantilismo, como un Modo de Producción más eficiente que el Feudalismo para convertir comercialmente las Ciudades-Estado, en Estados-Nación, como consecuencia de diferentes Pensamientos Económicos de diferentes pensadores de la Edad Media que todavía se encuentran vigentes hasta nuestros días. Teniendo en cuenta lo anterior, vamos a leer el LIBRO denominado: **NEGOCIOS INTERNACIONALES, COMPETENCIA EN EL MERCADO GLOBAL**. 8ª. Edición. Mc Graw Hill. ISBN: 978-607-15-0583-5. Charles W.L. Hill. University of Washington publicado en CDMX, México. Págs. 1-737.



Fuente: Libro tomado de: <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/3be47b9ec66f5f253f4aba64493354a8.pdf>

El Comercio Internacional es la práctica de intercambio global de bienes y servicios (importaciones, exportaciones, IED, mercados) que se da entre las diferentes economías o bloques de economías separadas o no por fronteras territoriales, insulares o continentales. El CI, administra al comercio exterior porque este, se desarrolla en un país específico en su intercambio, en sus operaciones, en su regulación e integración económica para satisfacer sus necesidades de mercado con los demás. Vamos también a leer el Libro:

GLOBALIZACIÓN Y DESARROLLO (2002). Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL. Memorias del Vigésimonoveno período de Sesiones. Mayo 6-10 de 2002. José Antonio Ocampo, Secretario Ejecutivo de la CEPAL. Brasilia, Brasil. Págs. 1-390.



Fuente: Libro tomado de: (<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/454c4451-448a-4087-b41e-4ac0b3776d40/content>).

Según (CEPAL, 2002) teniendo en cuenta las palabras de (SAMUELSON, 1992) el Comercio Internacional se realiza entre las diferentes economías porque existen: (1) Diferencias en las condiciones de producción; (2) Diferencias en los costos decrecientes de producción a gran escala; y (3) Diferencias en el gusto de los consumidores. Las TCI estudian las causas y consecuencias del comercio entre países, primero desarrollando modelos teóricos y las contrastaciones empíricas a partir de la realidad.

Empezamos a estudiar las **TEORÍAS PRECLÁSICAS, CLÁSICAS, NEOCLÁSICAS, MODERNAS Y POSMODERNAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL** más importantes a nivel global. Este documento suministrado a ustedes por el Doctor Ortiz servirá de información alternativa (pueden consultar otras fuentes de información secundaria) sobre las teorías preclásicas, clásicas y neoclásicas que sirvan como fuentes de información para desarrollar el primer Taller de esta asignatura.

Las **TEORÍAS PRECLÁSICAS** nacen por el desarrollo de la **AGRICULTURA Y LA INICIATIVA PRIVADA EN EUROPA**. La tierra adquirió gran importancia porque la riqueza de una nación procedía de la capacidad de producción agropecuaria, y no de la cantidad de oro y plata que hayan ahorrado. Centrarón sus esfuerzos en el estudio de la agricultura como una de las fuerzas reales que permiten el desarrollo económico. En las actividades agrícolas, la naturaleza posibilita que el producto obtenido sea mayor que los insumos utilizados en la producción surgiendo así un excedente comercial. Se les atribuye la famosa frase de <laissez faire, laissez passer> o sea *dejar hacer, dejar*

pasar. (En este momento, el precio de las mercancías depende de la abundancia o escasez de los productos cosechados o manufacturados que se transan en compraventa en un mercado).

Las **TEORÍAS CLÁSICAS** explican las causas y efectos que provienen de la **PRIMERA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL** caracterizada por la invención de la **MÁQUINA DE VAPOR** y toda su evolución de las industrias manufactureras. (En este momento, el precio de las mercancías se establecía antes que estas llegaran al mercado, mientras se encontraban en el proceso de producción). Las teorías clásicas del comercio internacional se explican sobre un mercado de competencia perfecta. Las tesis liberales minimizarán el papel intervencionista del Estado en la economía, y el mercado será el orientador de asignación de los recursos.

Las **TEORÍAS NEOCLÁSICAS** explican las causas y efectos que provienen de la **SEGUNDA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL** caracterizada la invención de la **ELECTRICIDAD y el PETRÓLEO** se abrieron paso para hacer frente a los cambios e innovaciones tecnológicas en la industria. (En este momento, el precio de las mercancías que arriban a los puertos, aeropuertos y fronteras de los diferentes países dependen de las condiciones de oferta y demanda del mercado). Las cantidades de oro, plata, papel dinero, la riqueza minero-energética y las divisas generan poder entre las Naciones.

Las **TEORÍAS MODERNAS** explican las causas y efectos que provienen de la **TERCERA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL** que surgió a finales del siglo XX (1970 y 1980) que se caracteriza por sus avances tecnológicos, con la invención del **COMPUTADOR Y LA INFORMÁTICA** seguida de una gran oleada de descubrimientos científicos cuyos progresos dieron el nacimiento a la **SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**. (En este momento, los precios de los productos giran libremente entorno a la **ECONOMÍA DE MERCADO** (Oferta y Demanda) en un marco de competencia imperfecta entre las industrias donde los países comercian materias primas, materiales, insumos, maquinaria y equipos para volverse más competitivos.

Las **TEORÍAS POSMODERNAS** explican las causas y efectos que provienen de la **CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL** que se caracteriza por avances tecnológicos emergentes en diferentes ámbitos como la invención, como la **ROBÓTICA, la INTELIGENCIA ARTIFICIAL y las INDUSTRIAS 4.0.** con sus cuatro características: (1) La integración vertical de sistemas de producción inteligentes; (2) La integración horizontal a través de redes globales de cadenas de valor; (3) La ingeniería completa en toda la cadena de valor; y (4) La aceleración de fabricar productos a gran escala para millones de compradores y que sean comercializados en grandes superficies. (En este momento, el precio de las mercancías está condicionado por la información constante que tienen los oferentes sobre las variaciones del mercado, y en base a ellas, se aumenta o disminuye su producción). Las decisiones de compra del consumidor son muy valiosas.

TALLER No. 1 QUORUM DEL CUESTIONARIO

1. **Analizar, Interpretar y Explicar** en seis (6) páginas y con sus propias palabras ¿Por qué son tan importantes las TEORÍAS PRECLÁSICAS, CLÁSICAS, NEOCLÁSICAS, MODERNAS y POSMODERNAS para la Economía de un País a través del Comercio Internacional?

2. **Analizar, Interpretar y Explicar** en seis (6) Páginas y con sus propias palabras, los Estudios Internacionales elaborados por los Asesores Comerciales y los Cónsules Españoles en cada País donde tienen Embajadas para alimentar las Investigaciones de Mercados Internacionales, compilados por el **INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR-ICEX** que le fueron asignados a cada Grupo de Trabajo Investigativo (GTI).

GTI	ESTUDIANTES	CAPÍTULOS
GTI 1.	LUNA SOFIA CHÁVES CHÁVES MARITZA FARINA CEBALLOS TREJO	DOC. 1. GUÍA PARA EXPORTAR A TURQUÍA

GTI 2.	BRIDGETH YURANY ARCOS POTOSI SANDRA MILENA FUERTES PINCHAO	DOC. 2. GUÍA PARA EXPORTAR A JAPÓN
GTI 3.	ÁNGELA SOFÍA CEBALLOS MOTTA PAMELA ANYELA DOMÍNGUEZ CUAICAL	DOC. 3. GUÍA PARA EXPORTAR A KOREA DEL SUR
GTI 4.	CARLOS JAVIER ERAZO MENDOZA	DOC. 4. GUÍA PARA EXPORTAR A INDONESIA
GTI 5.	WILLIAM DAVID CHAMORRO GUERRERO WILLIAM SANTIAGO AYALA CASTRO	DOC. 5. GUÍA PARA EXPORTAR A BRASIL
GTI 6.	SARA VANESSA VALLEJOS DELGADO LUNA SOFÍA FLOREZ GONZÁLEZ	DOC. 6. GUÍA PARA EXPORTAR A CANADÁ
GTI 7.	ZAIRA JACKELINE VILLA PANTOJA MARÍA CAMILA PÉREZ SÁNCHEZ	DOC. 7. GUÍA PARA EXPORTAR A ALEMANIA
GTI 8.	ORLANDO DARÍO ERIRA QUIRÓZ JAIME ANDRÉS ORTIZ GUEPÚD	DOC. 8. GUÍA PARA EXPORTAR A ISRAEL
GTI 9.	LAURA SOFÍA MADROÑERO MUÑOZ JULIETH ALEJANDRA MATABANCHOY ORDÓÑEZ	DOC. 9. GUÍA PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS
GTI 10.	MARLON ALEXANDER ATIS CABEZAS EDWIN ALEXIS TARAMUEL ERIRA	DOC. 10. GUÍA PARA EXPORTAR A SUDÁFRICA
GTI 11.	MARIO ALEJANDRO MIÑO ARTEAGA ADRIAN VIVEROS JUSEP VIVERO	DOC. 11. GUÍA PARA EXPORTAR A GRECIA
GTI 12.	JOSE LUIS ARCOS GÓMEZ JUAN SEBASTIÁN ANDRADE ATIS	DOC. 12. GUÍA PARA EXPORTAR A IRLANDA
GTI 13.	LEONOR SOFÍA PABÓN SÁNCHEZ KATHERINE YISSELA TORRES MIÑO	DOC. 13. GUÍA PARA EXPORTAR A BÉLGICA
GTI 14.	KAREN ALEXANDRA CULTÍD QUENÁN KATERINE YISENIA CUIACHAR YÉPEZ	DOC. 14. GUÍA PARA EXPORTAR A ARGENTINA
GTI 15.	NANCY PATRICIA PASPUEZÁN PITACUAR MAYERLY PAOLA RODRÍGUEZ MALLAMA	DOC. 15. GUÍA PARA EXPORTAR A FILIPINAS
GTI 16.	CRISTIAN ALEJANDRO PALACIOS BURGOS. MAURICIO FERNANDO BACA CUAICHAR	DOC. 16. GUÍA PARA EXPORTAR A ITALIA
GTI 17.	SAMUEL ALEJANDRO CHINGAL GUERRERO MATIUS FERNANDO HERNÁNDEZ GELPÚD	DOC. 17. GUÍA PARA EXPORTAR A COSTA RICA
GTI 18.	EIDER GEOVANNY TAQUEZ CANCHALA DANIEL ENRÍQUE VERGARA TOBAR	DOC. 18. GUÍA PARA EXPORTAR A SINGAPUR
GTI 19.	YANIRI LISETH GUAMA JIMÉNEZ ALANIS GISELL PANTOJA ZAMBRANO	DOC. 19. GUÍA PARA EXPORTAR A COSTA DE MARFIL
GTI 20.	DANIELA ESTEFANÍA CASTRO RIVERA MARÍA ALEJANDRA DÍAS NARVÁEZ	DOC. 20. GUÍA PARA EXPORTAR A HONG KONG
GTI 21.	ANGELY DANIELA ERIRA PANTOJA	DOC. 21. GUÍA PARA EXPORTAR A PANAMÁ
GTI 22.	DAYANA CAMILA BENAVIDES MADROÑERO	DOC. 22. GUÍA PARA EXPORTAR A MALASIA
GTI 23.	OMAR JAVIER BASTIDAS ORTEGA	DOC. 23. GUÍA PARA EXPORTAR A FRANCIA
GTI 24.	MARÍA FERNANDA FREILE MOLINA NAYELI ALEJANDRA IBARRA RIASCOS	DOC. 24. GUÍA PARA EXPORTAR A SUECIA
GTI 25.	JOSÉ WILSON ZÚÑIGA CABRERA JORGE ANDRÉS CUMBAL CHACÓN	DOC. 25. GUÍA PARA EXPORTAR A SIRIA
GTI 26.	NAYULI YERLANI DOMÍNGUEZ GLORIA CRISTINA CAITA RIASCOS	DOC. 26. GUÍA PARA EXPORTAR A CHINA
GTI 27.	LUIS SEBASTIÁN RODRÍGUEZ MALLAMA WILMER MORÁN RODRÍGUEZ	DOC. 27. GUÍA PARA EXPORTAR A PORTUGAL
GTI 28.	LUNA ANAHI MORENO CONTERÓN VICTOR ANDRÉS AZA CAICEDO	DOC. 28. GUÍA PARA EXPORTAR A AUSTRALIA
GTI 29.	JAROL DAVID BETANCOURTH GUEPÚD	DOC. 29. GUÍA PARA EXPORTAR A TAILANDIA

3. Analizar, Interpretar y Explicar los Capítulos que se les asignó a cada uno de los **Grupos de Trabajo Investigativo** en ocho (8) Páginas escritas con sus propias palabras, de los Libros:

- a. **NEGOCIOS INTERNACIONALES, COMPETENCIA EN EL MERCADO GLOBAL (2006).** 8ª. Edición. Mc Graw Hill del Profesor Charles Hill de la Universidad de Washington, Estados Unidos publicado en Ciudad de México-CDMX. Págs.
- b. **GLOBALIZACIÓN Y DESARROLLO (2002).** Comisión Económica para América Latina y el Caribe-CEPAL. Memorias del Vigésimonoveno período de Sesiones. Mayo 6-10 de 2002. José Antonio Ocampo, Secretario Ejecutivo de la CEPAL. Brasilia, Brasil. Págs. 1-390.

Cada uno de los **Grupos de Trabajo Investigativo-GTI** con sus respectivos Capítulos de los Libros descritos anteriormente, están distribuidos de la siguiente manera:

GTI	ESTUDIANTES	CAPÍTULOS
GTI 1.	LUNA SOFIA CHÁVES CHÁVES MARITZA FARINA CEBALLOS TREJO	Capítulo 1. Globalización. Págs. 2
GTI 2.	BRIDGETH YURANY ARCOS POTOSI SANDRA MILENA FUERTES PINCHAO	Capítulo 2. Diferencias nacionales en economía política Págs. 40
GTI 3.	ÁNGELA SOFÍA CEBALLOS MOTTA PAMELA ANYELA DOMÍNGUEZ CUAICAL	Capítulo 3. Diferencias culturales. Págs. 84
GTI 4.	CARLOS JAVIER ERAZO MENDOZA	Capítulo 4. Ética en los negocios internacionales. Págs. 118
GTI 5.	WILLIAM DAVID CHAMORRO GUERRERO WILLIAM SANTIAGO AYALA CASTRO	Casos Empresariales: Google en China. Págs. 148 Enlodado en la corrupción: Kellogg Brown & Root en Nigeria. Págs. 149
GTI 6.	SARA VANESSA VALLEJOS DELGADO LUNA SOFÍA FLOREZ GONZÁLEZ	Capítulo 5. Teoría del Comercio Internacional. Págs. 152
GTI 7.	ZAIRA JACKELINE VILLA PANTOJA MARÍA CAMILA PÉREZ SÁNCHEZ	Capítulo 6. Política económica del comercio internacional. Págs. 188
GTI 8.	ORLANDO DARÍO ERIRA QUIRÓZ JAIME ANDRÉS ORTIZ GUEPÚD	Capítulo 7. Inversión extranjera directa. Págs. 222
GTI 9.	LAURA SOFÍA MADROÑERO MUÑOZ JULIETH ALEJANDRA MATABANCHOY ORDÓÑEZ	Capítulo 8. Integración económica regional. Págs. 256
GTI 10.	MARLON ALEXANDER ATIS CABEZAS EDWIN ALEXIS TARAMUEL ERIRA	Casos Empresariales: El TLCAN y la industria textil estadounidense. Págs. 290 Martin's Textiles. Págs. 291 Subsidios agrícolas y desarrollo. Pág. 292 Boeing vs. Airbus: dos décadas de disputas comerciales. Págs. 294 La inversión extranjera directa de Starbucks. Págs. 300
GTI 11.	MARIO ALEJANDRO MIÑO ARTEAGA ADRIAN VIVEROS JUSEP VIVERO	Capítulo 9. El mercado extranjero de divisas. Págs. 302
GTI 12.	JOSE LUIS ARCOS GÓMEZ JUAN SEBASTIÁN ANDRADE ATIS	Capítulo 10 El sistema monetario internacional. Págs. 330
GTI 13.	LEONOR SOFÍA PABÓN SÁNCHEZ KATHERINE YISSELA TORRES MIÑO	Capítulo 11.El mercado global de capitales. Págs. 362
GTI 14.	KAREN ALEXANDRA CULTÍD QUENÁN KATERINE YISENIA CUIACHAR YÉPEZ	Casos Empresariales: La crisis monetaria argentina. Págs. 387
GTI 15.	NANCY PATRICIA PASPUEZÁN PITACUAR MAYERLY PAOLA RODRÍGUEZ MALLAMA	Capítulo 12. La Estrategia de los negocios internacionales. Págs. 388
GTI 16.	CRISTIAN ALEJANDRO PALACIOS BURGOS. MAURICIO FERNANDO BACA CUAICHAR	Capítulo 13. Organización de los negocios internacionales. Págs. 418

GTI 17	SAMUEL ALEJANDRO CHINGAL GUERRERO MATIUS FERNANDO HERNÁNDEZ GELPÚD	Casos Empresariales: La industria global del Automóvil en 2009. Págs. 488 IKEA: Venta de muebles al menudeo para el mundo. Págs. 498 La sopa de Downey. Págs. 505.
GTI 18.	EIDER GEOVANNY TAQUEZ CANCHALA DANIEL ENRIQUE VERGARA TOBAR	Casos Empresariales: Li & Fung. Págs. 662 Castro Oil en Vietnam. Págs. 663 China Mobile. Págs. 663
GTI 19.	YANIRI LISETH GUAMA JIMÉNEZ ALANIS GISELL PANTOJA ZAMBRANO	Capítulo 14. Estrategia de entrada y alianzas estratégicas. Págs. 456
GTI 20.	DANIELA ESTEFANÍA CASTRO RIVERA MARÍA ALEJANDRA DÍAZ NARVÁEZ	Capítulo 15. Exportación, importación e intercambio compensado. Págs. 508
GTI 21.	ANGELY DANIELA ERIRA PANTOJA	Capítulo 16. Producción global, subcontratación y administración de materiales. Págs. 530
GTI 22.	DAYANA CAMILA BENAVIDES MADROÑERO	Capítulo 17. Marketing mundial e investigación y desarrollo. Págs. 556
GTI 23.	OMAR JAVIER BASTIDAS ORTEGA	Capítulo 18. Administración global de recursos humanos. Págs. 590
GTI 24.	MARÍA FERNANDA FREILE MOLINA NAYELI ALEJANDRA IBARRA RIASCOS	Capítulo 19. Contabilidad en los Negocios Internacionales. Págs. 618
GTI 25.	JOSÉ WILSON ZÚÑIGA CABRERA JORGE ANDRÉS CUMBAL CHACÓN	Capítulo 20. Administración Financiera en los Negocios Internacionales. Págs. 638
GTI 26.	NAYULI YERLANI DOMÍNGUEZ GLORIA CRISTINA CAITA RIASCOS	Capítulo 1. El carácter histórico y multidimensional de la Globalización. Págs. 17
GTI 27.	LUIS SEBASTIÁN RODRÍGUEZ MALLAMA WILMER MORAN RODRÍGUEZ	Capítulo 2. Las dimensiones económicas de la Globalización. Págs. 29
GTI 28.	LUNA ANAHI MORENO CONTERÓN VICTOR ANDRÉS AZA CAICEDO	Capítulo 3. Desigualdades y asimetrías del Orden Global. Págs. 77
GTI 29.	JAROL DAVID BETANCOURTH GUEPÚD	Capítulo 4. Una agenda para la era global. Págs. 99

¡GOOD LUCK!

Nota: Para resolver sus inquietudes, las asesorías serán por WhatsApp de 08am a 08pm de lunes a sábado. Solo se reciben talleres en formato PDF. Terminado el PRIMER TALLER, favor enviarlo a mi correo manivor2010@gmail.com para evaluarlo, con el número del GTI asignado hasta el día **JUEVES 27 DE MARZO DE 2025 HASTA LAS 12:00 DE LA NOCHE**. El listado de notas se enviará por WS al Monitor de esta Asignatura para su registro en las plataformas: coes.udenar.edu.co y sapiens.udenar.edu.co, respectivamente.